

Sächsische

# Rad- u. Motorfahrer-Zeitung



Organ für Radfahrer, Motorfahrer und Automobilisten

Zeitung des Sächsischen Radfahrer-Bundes

Nr. 1.

Leipzig, den 6. Oktober 1911.

XXI. Jahrgang.

## Diamant

Die von Diamant bekanntgewordene Umsatzvermehrung war eine Sensation in der Branche. Die Diamant-Werke fabrizieren aber auch nur eine Qualität, und zwar ist dies eine allererste Qualität. Da die Nachfrage nach diesen grundsoliden Markenrädern „Diamant“ exorbitant gestiegen ist, so besteht für die Diamant-Werke kein Grund, „herabgesetzte Preise“ zu machen. Ausserdem erklären die Diamant-Werke, dass bei einer Preisreduzierung die hohe Qualität ihrer Räder gemindert werden müsste. Die Diamant-Räder sind deshalb nicht unter sogenannte billige Räder zu klassifizieren oder unter solche Marken-Räder, die zu verringerten Preisen angeboten werden.

Zu der starken Umsatzvermehrung in Diamant-Rädern hat allerdings die erweiterte, stets wahrheitsgemässe Reklame beigetragen, die die Firma entwickelte. Auch haben die ganz vorzüglichen Rennerfolge gewirkt sowie die Verleihung der einzigen goldenen Medaille des Deutschen Radfahrer-Bundes bei Wien—Berlin. Aber trotzdem wäre der tatsächlich vorhandene Mehrumsatz nicht möglich gewesen, wenn Diamant nicht ein so ausserordentlich gediegenes Fabrikat wäre. In dieser Beziehung hat Diamant seit Jahren das allerbeste Renommee. Es bedurfte deshalb nur einer etwas stärkeren Empfehlung der Diamant-Räder, um diesen erfreulichen Mehrumsatz zu erzielen.

Es wurden von den Diamant-Werken zwar

viele neue Händler geworben, der Hauptfaktor der Mehrumsätze liegt aber darin, dass der Stamm alter Diamant-Händler bessere Geschäfte in Diamant-Rädern gemacht hat. Das sind Tatsachen.

Da die allgemeine Geschäftslage in der Fahrradindustrie nicht gerade rosig ist, so bietet sich in **den obigen Ausführungen das Programm, wie der Fahrradhändler sein Geschäft gestalten soll.** Vor allen Dingen geht daraus hervor, dass selbst bei nicht so günstiger Konjunktur, wie wir sie jetzt im Fahrradhandel haben, eine Vermehrung des Umsatzes möglich ist, wenn ein extraklassiges Markenrad forciert wird. Wenn auch der Anschaffungspreis eines guten Markenrades etwas höher ist als bei sogenannten billigen Rädern oder minderen Marken, so verlangt trotzdem das Publikum von einem billigen Rad in den meisten Fällen die Eigenschaften eines hochwertigen Rades. Die Schereien bleiben für den Händler nicht aus, weil billig und gut nicht vereinbar ist. Die Folgen sind unzufriedene Kunden, die selbst nicht nur dem Händler verloren gehen, sondern auch andere vom Kaufe abreden. Jeder Kunde muss für einen Fahrradhändler eine stete Empfehlung bleiben. Das erreicht der Fahrradhändler aber nur, wenn er eine hochwertige Qualitätsmarke verkauft. Um sicher zu sein, sich bezüglich der Hochwertigkeit nicht zu täuschen, wähle er Diamant, das moderne Rad. *Spbg.*